

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ В КАЧЕСТВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Червякова Т.А.*

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Россия

*E-mail: Chervyakova_tanya@mail.ru

INNOVATIVE MARKETING AS AN INNOVATIVE PROJECT

Chervyakova T.A.

Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia

Annotation. Innovative marketing is a part of commercialization. It demands new strategies and techniques for achieving organizational goals, so we can compare the marketing of innovations with innovative project to understand how an integrated approach contributes the innovation's development

На сегодняшний день, мир устроен так, что все меняется с большой скоростью. В начале 90-х мы и подумать не могли, что большинство нашей информации будет храниться в «облаке», и только мечтали о том, чтобы общаться и видеть друг друга в любой точке планеты.

Теперь, когда все это стало возможным, и в мире, когда на каждом шагу инновации, возникает проблема их реализации или отсева. С одной стороны, мы должны смотреть с точки зрения экономической эффективности, а с другой, с точки зрения продвижения той самой инновации.

Почему важен комплексный подход в инновационном маркетинге и какие проблемы он решает?

Рассмотрим инновационный маркетинг в качестве инновационного проекта. Как и любой другой инновационный проект, инновационный маркетинг – это длительная и дорогостоящая система процессов, взаимосвязанная по срокам, ресурсам и стадиям.

Одной из первых и важнейших стадий инновационного маркетинга, как проекта является подбор команды. Команда должна в себя включать специалистов из разных областей. Это должны быть люди, обладающие креативным мышлением, способные работать над новыми продуктами, подходами или услугами, имеющие свободу идей и мнений, которые не боятся провалов. В команде обязательно должен присутствовать руководитель высшего звена, поскольку он больше всего заинтересован в успехе проекта, и сразу будет отвергать заранее провальные идеи. Также необходим человек, который будет отвечать за стратегическое планирование (т.к. инновационный маркетинг является его частью), и он будет способствовать правильному направлению идей. Но и не будем забывать о маркетологах, которые будут составлять основу команды.

Далее необходимо определиться с целью и задачами маркетинга. Возможно, это будет поиск новых ниш, сегментов или рынков, или может поиск каких-то других принципиально новых вещей. Для достижения целей такого проекта используются четыре средства: реклама, личные продажи, продвижение продаж и PR. В каждом из этих направлений возможен инновационный подход.

В Инновационном маркетинге, как и в инновационном проекте вы столкнетесь с таким понятием как риски. Вообще инновационные проекты славятся своей неопределенностью, и они будут преследовать вас на всей стадии его жизненного цикла: их нужно прорабатывать, учитывать или устранять.

Таким образом, комплексный или проектный подход в инновационном маркетинге является важной и неотъемлемой частью достижения конечной цели.

ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЗИКИ В ЛИЦЕЙСКИХ КЛАССАХ ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

Жеглов Д.А., Двадненко И.В., Рыкова Е.В.*

Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар, Россия

*E-mail: tbcvct@mail.ru

INTERACTIVE METHODS OF TEACHING PHYSICS AT LYCEUM CLASSES OF PHYSICS-MATHEMATICS

Zheglov D.A.*, Dvdnenko I.V., Rykova E.V.

Kuban State Technological University, Krasnodar, Russia

Annotation. Conducting studies in Physics in an interactive form allows students promotes personal growth, motivation is to further deepen the study of the physical - mathematics sciences cycle.

Согласно Федеральному закону об образовании от 04.01.2013 (глава 1 статья 2) образование определено, как «единый целенаправленный процесс воспитания и обучения...». Для обеспечения опережающего развития учитель должен выбирать такую форму проведения занятий, которая позволит максимально развить личностные качества учащегося. Физика является одной из дисциплин естественнонаучного цикла, что обеспечивает вариативность форм подачи учебного материала, которые можно разделить на пассивные, активные и интерактивные. Пассивная или традиционная форма проведения занятий позволяет изложить максимальный объем материала за короткий срок.

Для реализации задачи личностного роста учащихся оптимальным является проведение лабораторного занятия в интерактивной форме. К интерактивным формам проведения занятия относятся мозговой штурм, круглый стол, деловые